



ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА

ЗАКОН

О ВНЕСЕНИИ ИЗМЕНЕНИЙ В ЗАКОН ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ «О РЕКЛАМЕ»

Принят Постановлением Народного Совета 14 сентября 2022 года

Статья 1

Внести в [Закон Донецкой Народной Республики от 22 декабря 2017 года № 198-ІНС «О рекламе»](#) (опубликован на официальном сайте Народного Совета Донецкой Народной Республики 10 января 2018 года) следующие изменения:

1) в части 2 статьи 1:

а) пункт 4 после слов «органов государственной власти» дополнить словами «, иных государственных органов»;

б) пункт 10 признать утратившим силу;

2) в статье 2:

а) пункт 6 после слова «средств» дополнить словами «, адресованная неопределенному кругу лиц»;

б) пункт 11 после слова «средств» дополнить словами «, адресованная неопределенному кругу лиц»;

в) пункт 15 признать утратившим силу;

3) в статье 6:

а) в пункте 3 части 4 слова «, а также если отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы» исключить;

б) пункт 1 части 5 изложить в следующей редакции:

«1) побуждать к совершению противоправных действий;»;

в) пункт 3 части 5 изложить в следующей редакции:

«3) иметь сходство с дорожными знаками или иным образом угрожать безопасности движения автомобильного, железнодорожного, водного, воздушного транспорта;»;

г) дополнить частью 7¹ следующего содержания:

«7¹. Не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.»;

д) дополнить частью 14 следующего содержания:

«14. В рекламе товаров и иных объектов рекламирования стоимостные показатели должны быть указаны в российских рублях, а в случае необходимости дополнительно могут быть указаны в другой валюте.»;

е) дополнить частью 15 следующего содержания:

«15. Не допускается размещение рекламы на платежных документах для внесения платы за жилое помещение и коммунальные услуги, в том числе на оборотной стороне таких документов. Положения настоящей части не распространяются на социальную рекламу и справочно-информационные сведения.»;

4) в статье 8:

а) пункт 7 изложить в следующей редакции:

«7) товаров, подлежащих обязательной сертификации или иному обязательному подтверждению соответствия требованиям технических регламентов, в случае отсутствия такой сертификации или подтверждения такого соответствия, а также работ и (или) услуг по оценке (подтверждению) соответствия, в том числе по приему и рассмотрению документов, необходимых для выполнения указанных работ и (или) оказания услуг, осуществляемых лицами, не имеющими аккредитацию в республиканской системе аккредитации (в случае если получение такой аккредитации предусмотрено законодательством Донецкой Народной Республики), либо аккредитованными лицами, но без указания наименования аккредитованного юридического лица или фамилии, имени и (если имеется) отчества аккредитованного физического лица – предпринимателя и регистрационного номера в реестре аккредитованных лиц;»;

б) пункт 10 признать утратившим силу;

в) пункт 20 признать утратившим силу;

5) статью 11 дополнить частью 6 следующего содержания:

«6. В социальной рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность упоминания о спонсорах не может превышать три секунды, в социальной рекламе, распространяемой в телепрограммах, при кино- и видеообслуживании, – три секунды и такому упоминанию должно быть отведено не более чем семь процентов площади кадра, а в социальной рекламе, распространяемой другими способами, – не более чем пять процентов рекламной площади (пространства). Указанные ограничения не распространяются на упоминания в социальной рекламе об органах государственной власти, иных государственных органах, органах местного самоуправления, о социально ориентированных некоммерческих организациях, а также о физических лицах, оказавшихся в трудной жизненной ситуации или нуждающихся в лечении, в целях оказания им благотворительной помощи.»;

б) дополнить статьей 12¹ следующего содержания:

«Статья 12¹. Сроки хранения рекламных материалов

Рекламные материалы или их копии, в том числе все вносимые в них изменения, а также договоры на производство, размещение и распространение рекламы должны храниться в течение года со дня последнего распространения

рекламы или со дня окончания сроков действия таких договоров, кроме документов, в отношении которых законодательством Донецкой Народной Республики установлено иное.»;

7) статью 15 дополнить частью 1¹ следующего содержания:

«1¹. В радиопрограммах, не зарегистрированных в качестве средств массовой информации и специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, продолжительность рекламы не может превышать двадцать процентов времени вещания в течение суток.»;

8) часть 5 статьи 18 признать утратившей силу;

9) в статье 19:

а) дополнить частью 13¹ следующего содержания:

«13¹. В случае выявления органом местного самоуправления размещения средства наружной рекламы без разрешения на установку и эксплуатацию средства наружной рекламы данный орган направляет в республиканский орган исполнительной власти, реализующий государственную политику в сфере массовых коммуникаций, информацию о выявленном нарушении с приложением документов, подтверждающих размещение средства наружной рекламы без разрешительных документов, для привлечения лиц, виновных в нарушении законодательства Донецкой Народной Республики о рекламе, к административной ответственности в порядке, установленном законодательством Донецкой Народной Республики.»;

б) абзац первый части 15 после слов «типовыми правилами,» дополнить словами «разрабатываемыми республиканским органом исполнительной власти, реализующим государственную политику в сфере массовых коммуникаций, и»;

10) в статье 22:

а) часть 1 дополнить словами «, за исключением случаев, предусмотренных настоящим Законом»;

б) дополнить частью 7 следующего содержания:

«7. Реклама лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, – не менее чем пять секунд и должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, – не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Требования настоящей части не распространяются на рекламу, распространяемую в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях, и на иную рекламу, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники.»;

в) дополнить частью 8 следующего содержания:

«8. Реклама лекарственных препаратов в формах и дозировках, отпускаемых по рецептам на лекарственные препараты, методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, а также медицинских изделий, для использования которых требуется специальная подготовка, не допускается иначе как в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий и в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях.»;

г) дополнить частью 9 следующего содержания:

«9. Реклама лекарственных средств, содержащих разрешенные к применению в медицинских целях наркотические средства или психотропные вещества, внесенные в список наркотических средств и психотропных веществ, оборот которых в Донецкой Народной Республике ограничен и в отношении которых устанавливаются меры контроля в соответствии с законодательством

Донецкой Народной Республики и международными договорами Донецкой Народной Республики, и в список психотропных веществ, оборот которых в Донецкой Народной Республике ограничен и в отношении которых допускается исключение некоторых мер контроля в соответствии с законодательством Донецкой Народной Республики и международными договорами Донецкой Народной Республики, запрещается, за исключением рекламы таких лекарственных средств в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий и в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях.»;

11) дополнить статьей 22¹ следующего содержания:

«Статья 22¹. Реклама алкогольной продукции

1. Реклама алкогольной продукции не должна:

1) содержать утверждение о том, что употребление алкогольной продукции имеет важное значение для достижения общественного признания, профессионального, спортивного или личного успеха либо способствует улучшению физического или эмоционального состояния;

2) осуждать воздержание от употребления алкогольной продукции;

3) содержать утверждение о том, что алкогольная продукция безвредна или полезна для здоровья человека, в том числе информацию о наличии в алкогольной продукции биологически активных добавок, витаминов;

4) содержать упоминание о том, что употребление алкогольной продукции является одним из способов утоления жажды;

5) обращаться к несовершеннолетним;

6) использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

2. Реклама алкогольной продукции не должна размещаться:

1) в периодических печатных изданиях, за исключением рекламы пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, а также вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Донецкой Народной Республике из выращенного на территории Донецкой Народной Республики винограда, которая не должна размещаться на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов;

2) в предназначенных для несовершеннолетних печатных изданиях, аудио- и видеопродукции;

3) в телепрограммах и радиопрограммах (за исключением случая, предусмотренного частью 7 настоящей статьи), при кино- и видеообслуживании;

4) на всех видах транспортных средств общего пользования и с их использованием, а также снаружи и внутри зданий, сооружений, обеспечивающих функционирование транспортных средств общего пользования, за исключением мест, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции;

5) с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их;

6) в детских, образовательных, медицинских, санаторно-курортных, оздоровительных, военных организациях, театрах, цирках, музеях, домах и дворцах культуры, концертных и выставочных залах, библиотеках, лекториях, планетариях и на расстоянии ближе чем сто метров от занимаемых ими зданий, строений, сооружений;

7) в физкультурно-оздоровительных, спортивных сооружениях и на расстоянии ближе чем сто метров от таких сооружений;

8) в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

3. Реклама алкогольной продукции с содержанием спирта этилового более 1,2 процента объема готовой продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов.

Реклама вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Донецкой Народной Республике из выращенного на территории Донецкой Народной Республики винограда, разрешается на выставках пищевой продукции (за исключением продуктов детского питания) и выставках организаций общественного питания.

4. Реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

5. Проведение рекламных акций, сопровождающихся раздачей образцов алкогольной продукции, допускается с соблюдением требований, установленных законодательством Донецкой Народной Республики о рекламе, только в стационарных торговых объектах, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов. При этом запрещается привлекать к участию в раздаче образцов алкогольной продукции несовершеннолетних и предлагать им данные образцы.

6. Не допускается реклама о проведении стимулирующего мероприятия, условием участия в котором является приобретение алкогольной продукции, за исключением специализированных стимулирующих мероприятий, проводимых в целях реализации алкогольной продукции.

7. Допускаются размещение, распространение рекламы вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Донецкой Народной Республике из выращенного на территории Донецкой Народной Республики винограда, в телепрограммах и радиопрограммах (за исключением трансляции в прямом эфире или в записи детско-юношеских спортивных соревнований) с 23 до 7 часов местного времени.»;

12) дополнить статьей 23¹ следующего содержания:

«Статья 23¹. Реклама финансовых услуг и финансовой деятельности

1. Реклама финансовых услуг и финансовой деятельности должна содержать наименование или имя лица, оказывающего указанные услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица –

наименование, для физического лица – предпринимателя – фамилию, имя и (если имеется) отчество).

2. Реклама финансовых услуг и финансовой деятельности не должна:

1) содержать гарантии или обещания в будущем эффективности деятельности (доходности вложений), в том числе основанные на реальных показателях в прошлом, если такая эффективность деятельности (доходность вложений) не может быть определена на момент заключения соответствующего договора;

2) умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

3. Если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, использованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с законодательством, для заемщика и влияющие на нее.

4. Реклама услуг, связанных с осуществлением управления, включая доверительное управление, активами (в том числе ценными бумагами, инвестиционными резервами акционерных инвестиционных фондов, паевыми инвестиционными фондами, пенсионными резервами негосударственных пенсионных фондов, средствами пенсионных накоплений, ипотечным покрытием, накоплениями для жилищного обеспечения военнослужащих), должна содержать:

1) источник информации, подлежащей раскрытию в соответствии с законом;

2) сведения о месте или об адресе (номер телефона), где до заключения соответствующего договора заинтересованные лица могут ознакомиться с условиями управления активами, получить сведения о лице, осуществляющем управление активами, и иную информацию, которая должна быть предоставлена

в соответствии с законом и иными нормативными правовыми актами Донецкой Народной Республики.

5. Реклама услуг, связанных с осуществлением управления, включая доверительное управление, активами, не должна содержать:

1) документально не подтвержденную информацию, если она непосредственно относится к управлению активами;

2) информацию о результатах управления активами, в том числе об их изменении или о сравнении в прошлом и (или) в текущий момент, не основанную на расчетах доходности, определяемых в соответствии с нормативными правовыми актами Центрального Республиканского Банка Донецкой Народной Республики;

3) информацию о гарантиях надежности возможных инвестиций и стабильности размеров возможных доходов или издержек, связанных с указанными инвестициями;

4) информацию о возможных выгодах, связанных с методами управления активами и (или) осуществлением иной деятельности;

5) заявления о возможности достижения в будущем результатов управления активами, аналогичных достигнутым результатам.

6. Реклама, побуждающая к заключению сделок с форекс-дилерами, должна содержать следующее указание: «Предлагаемые к заключению договоры или финансовые инструменты являются высокорискованными и могут привести к потере внесенных денежных средств в полном объеме. До совершения сделок следует ознакомиться с рисками, с которыми они связаны.». Публичное объявление цен (порядка определения цен), а также иных существенных условий договора не является рекламой, побуждающей к заключению сделок с форекс-дилерами.

7. Реклама услуг по содействию в инвестировании с использованием инвестиционной платформы должна содержать:

1) адрес сайта в информационно-телекоммуникационной сети Интернет, на котором осуществляется раскрытие информации оператором инвестиционной платформы;

2) указание на то, что заключение с использованием инвестиционной платформы договоров, по которым привлекаются инвестиции, является высокорискованным и может привести к потере инвестированных денежных средств в полном объеме.

8. Не допускается реклама, связанная с привлечением инвестиций с использованием инвестиционной платформы следующими способами:

1) предоставление займов;

2) приобретение размещаемых акций непубличного акционерного общества и эмиссионных ценных бумаг, конвертируемых в акции непубличного акционерного общества;

3) приобретение утилитарных цифровых прав.

9. Не допускается реклама, связанная с привлечением денежных средств физических лиц для строительства жилья, за исключением рекламы, связанной с привлечением денежных средств на основании договора участия в долевом строительстве, рекламы жилищных и жилищно-строительных кооперативов, рекламы, связанной с привлечением и использованием жилищными накопительными кооперативами денежных средств физических лиц на приобретение жилых помещений.

10. Реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, должна содержать сведения о месте размещения проектной декларации, предусмотренной законом, фирменное наименование (наименование) застройщика либо указанное в проектной декларации индивидуализирующее застройщика коммерческое обозначение. Реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, может содержать коммерческое обозначение, индивидуализирующее объект (группу объектов) капитального строительства (в случае строительства многоквартирных домов – наименование жилого

комплекса), если такое коммерческое обозначение (наименование жилого комплекса) указано в проектной декларации.

11. Реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, не допускается до выдачи в установленном порядке разрешения на строительство многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости, государственной регистрации права собственности или права аренды, субаренды на земельный участок, на котором осуществляется строительство (создание) многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости, в составе которых будут находиться объекты долевого строительства, получения заключения уполномоченного на осуществление государственного контроля (надзора) в сфере долевого строительства многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости республиканского органа исполнительной власти, реализующего государственную политику в сфере строительства и жилищно-коммунального хозяйства, о соответствии застройщика и проектной декларации требованиям, установленным законодательством, если получение такого заключения предусмотрено законодательством.

12. Реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости, не допускается в период приостановления в соответствии с законом деятельности застройщика, связанной с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости.

13. Требования частей 10–12 настоящей статьи распространяются также на рекламу, связанную с уступкой прав требований по договору участия в долевом строительстве.

14. Реклама, связанная с привлечением и использованием жилищным накопительным кооперативом денежных средств физических лиц на приобретение жилых помещений, должна содержать:

1) информацию о порядке покрытия членами жилищного накопительного кооператива понесенных им убытков;

2) сведения о включении жилищного накопительного кооператива в реестр жилищных накопительных кооперативов;

3) адрес сайта в информационно-телекоммуникационной сети общего пользования (в том числе в сети Интернет), на котором осуществляется раскрытие информации жилищным накопительным кооперативом.

15. В рекламе, связанной с привлечением и использованием жилищным накопительным кооперативом денежных средств физических лиц на приобретение жилых помещений, не допускается гарантия сроков приобретения или строительства таким кооперативом жилых помещений.

16. Реклама услуг по предоставлению потребительских займов лицами, не осуществляющими профессиональную деятельность по предоставлению потребительских займов в соответствии с законом, не допускается.

17. Реклама финансовых услуг или финансовой деятельности лицами, не имеющими соответствующих разрешений (лицензий) Центрального Республиканского Банка Донецкой Народной Республики на оказание финансовых услуг или осуществление финансовой деятельности, не допускается. Правила настоящей части не распространяются на рекламу финансовых услуг или финансовой деятельности, осуществляемую Центральным Республиканским Банком Донецкой Народной Республики.»;

13) в части 2 статьи 26:

а) в абзаце первом слова «и в порядке, установленном законодательством,» исключить;

б) в абзаце втором слова «контролю (надзору) за соблюдением» заменить словами «контролю (надзору) соблюдения», слова «и в порядке, установленном законодательством,» исключить, слова «, рассмотрения жалоб, проведения» заменить словом «и»;

в) дополнить абзацем третьим следующего содержания:

«Порядок осуществления проверок объектов надзора в сфере рекламы утверждается Правительством Донецкой Народной Республики.»;

14) статью 27:

а) дополнить частью 6 следующего содержания:

«6. Рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 6 статьи 5, частями 2, 4–8, 12, 14 статьи 6, статьями 7–10, частями 4 и 5 статьи 11, статьей 12¹, частью 2 статьи 19, частями 2 и 7 статьи 21, частями 1, 3, 5 статьи 22¹, статьями 22–23¹, частями 1 и 6 статьи 24 настоящего Закона.»;

б) дополнить частью 7 следующего содержания:

«7. Рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 3 части 5, пунктом 7 части 6, частями 9, 10, 15 статьи 6, частями 2 и 3 статьи 7, статьями 8–10, 12¹, 14–18, частями 2, 4 и 12 статьи 19, частями 2–4 статьи 20, частями 7–9 статьи 22, частями 2–5 статьи 22¹, статьей 23, частями 1, 4, 7, 8, 11 и 13 статьи 23¹, частями 1–5 статьи 24 настоящего Закона.»;

в) дополнить частью 8 следующего содержания:

«8. Рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6 и 7 настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.»;

15) статью 30 признать утратившей силу;

16) статью 31:

а) дополнить частью 5 следующего содержания:

«5. Положения части 6 статьи 11 настоящего Закона, устанавливающие особенности упоминания в социальной рекламе информации о социально ориентированных некоммерческих организациях, вводятся в действие со дня вступления в силу закона, определяющего особенности гражданско-правового положения некоммерческих организаций отдельных организационно-правовых форм, видов и типов, а также возможные формы поддержки некоммерческих организаций органами государственной власти и органами местного самоуправления.»;

б) дополнить частью 6 следующего содержания:

«6. Положения статьи 23¹ настоящего Закона, регулирующие правоотношения в сфере рекламы услуг, связанных с осуществлением управления, включая доверительное управление активами, ценными бумагами, инвестиционными резервами акционерных инвестиционных фондов, паевыми инвестиционными фондами, пенсионными резервами негосударственных пенсионных фондов, средствами пенсионных накоплений, ипотечным покрытием, накоплениями для жилищного обеспечения военнослужащих, рекламы, побуждающей к заключению сделок с форекс-дилерами, рекламы услуг по содействию в инвестировании с использованием инвестиционной платформы, рекламы, связанной с привлечением денежных средств участников долевого строительства, рекламы, связанной с привлечением и использованием жилищными накопительными кооперативами денежных средств, вводятся в действие со дня вступления в силу законов, регулирующих указанные правоотношения.».

Статья 2

Настоящий Закон вступает в силу по истечении 30 дней со дня его официального опубликования.

Глава
Донецкой Народной Республики
г. Донецк
15 сентября 2022 года
№ 407-ПНС

Д.В. Пушилин